

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perbankan di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat, terutama dalam aspek digitalisasi layanan keuangan (Flavián et al., 2020). Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perbankan untuk berinovasi dalam menyediakan layanan yang lebih praktis dan efisien bagi nasabah (Yuliawan et al., 2024). Salah satu inovasi yang semakin populer adalah layanan *mobile banking*, yang memungkinkan transaksi perbankan dilakukan melalui aplikasi di perangkat seluler (Trabelsi-Zoghلامي et al., 2020). Bank Mandiri sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia juga terus berinovasi dengan menghadirkan aplikasi *Livin' by Mandiri* guna meningkatkan aksesibilitas layanan bagi nasabah. Namun, meskipun menawarkan berbagai kemudahan, adopsi *mobile banking* masih menghadapi tantangan, termasuk dari sisi persepsi kemudahan, manfaat, dan risiko yang dirasakan oleh pengguna.

Minat menggunakan *mobile banking* menjadi faktor utama dalam menentukan tingkat adopsi layanan ini. Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk menggunakan suatu produk atau layanan berdasarkan persepsi dan pengalaman sebelumnya (Lonkani et al., 2020). Dalam konteks *mobile banking*, beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat pengguna adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan teknologi yang dirasakan oleh calon pengguna (Owusu et al., 2021). Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor tersebut menjadi krusial bagi perbankan dalam meningkatkan tingkat adopsi layanan digital mereka.

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi tertentu mudah digunakan (Setyaningsih et al., 2023). Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin besar kemungkinan individu untuk mengadopsinya (Nasrudin et al., 2023). Beberapa penelitian

terdahulu menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Elvina & Rahmani, 2023). Namun, ada juga penelitian yang menunjukkan hasil berbeda, di mana persepsi kemudahan tidak selalu menjadi faktor dominan dalam menentukan keputusan penggunaan teknologi digital (Lonkani et al., 2020). Hal ini menunjukkan adanya kemungkinan bahwa faktor lain juga berperan dalam memengaruhi minat pengguna.



Gambar 1.1. Top M-Banking Di Indonesia Tahun 2024

Gambar 1.1 di atas menunjukkan peringkat Top Mobile Banking di Indonesia tahun 2024 berdasarkan survei *Top Brand Award 2024* yang dilakukan oleh GoodStats. m-BCA menempati posisi teratas dengan pangsa pasar sebesar 52,20%, diikuti oleh BRImo dari Bank BRI sebesar 18,50% dan Livin' by Mandiri sebesar 11,50%. Selanjutnya, BNI Mobile berada di urutan keempat dengan 9,40%, diikuti oleh CIMB Niaga Mobile dengan 3,30%. Beberapa aplikasi perbankan

lainnya seperti Mega Mobile, Mobile Maslahah (BJB Syariah), Maybank M-Banking, BSI Mobile, dan Bank Jateng Mobile memiliki persentase di bawah 2%. Data ini menunjukkan dominasi BCA dalam layanan mobile banking di Indonesia, diikuti oleh bank-bank besar lainnya yang terus berusaha meningkatkan daya saing dalam sektor perbankan digital.

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitasnya (Pirdayanti & Wiagustini, 2021). Dalam konteks *mobile banking*, persepsi manfaat mencakup efisiensi waktu, kemudahan akses transaksi, dan fleksibilitas layanan. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Tahar et al., 2020). Namun, beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan tidak selalu menjadi faktor utama dalam keputusan adopsi teknologi, terutama jika pengguna masih memiliki ketergantungan pada layanan perbankan konvensional (Anastasia & Santoso, 2020).

Di sisi lain, persepsi risiko (*perceived risk*) menjadi faktor yang dapat menghambat minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. Risiko dalam layanan perbankan digital dapat berupa risiko keamanan, privasi, atau kesalahan sistem yang berpotensi merugikan pengguna (Sassi et al., 2022). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko, semakin rendah minat seseorang untuk menggunakan *mobile banking* (Pirdayanti & Wiagustini, 2021). Namun, beberapa studi lain menemukan bahwa meskipun risiko tinggi, pengguna tetap mau mencoba *mobile banking* jika bank dapat memberikan jaminan keamanan yang kuat (Xie, 2021).

Dengan adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, masih terdapat gap penelitian terkait pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, dan risiko terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk menganalisis secara lebih mendalam bagaimana ketiga faktor tersebut memengaruhi minat menggunakan Livin' by Mandiri di PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi

pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan layanan digital perbankan agar lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis diminta untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, dan risiko terhadap minat menggunakan Livin' by Mandiri di PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin**. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena masih terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian sebelumnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan mobile banking. Selain itu, dengan semakin berkembangnya layanan perbankan digital, pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi nasabah terhadap Livin' by Mandiri dapat menjadi dasar dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif serta meningkatkan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi terkait minat menggunakan Livin' by Mandiri di PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin:

- a. Tingkat adopsi *mobile banking* yang belum optimal – Meskipun Livin' by Mandiri menawarkan berbagai fitur kemudahan dalam bertransaksi, masih terdapat nasabah yang enggan atau belum tertarik menggunakan layanan ini. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pemahaman terhadap aplikasi atau adanya kebiasaan menggunakan layanan perbankan konvensional.
- b. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan – Persepsi nasabah mengenai kemudahan penggunaan aplikasi Livin' by Mandiri dapat menjadi faktor penting dalam menentukan minat penggunaan. Namun, masih belum diketahui secara jelas sejauh mana persepsi kemudahan memengaruhi keputusan nasabah dalam mengadopsi layanan ini.

- c. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan – Meskipun *mobile banking* memberikan banyak manfaat, seperti kemudahan transaksi kapan saja dan efisiensi waktu, belum diketahui apakah nasabah benar-benar merasakan manfaat tersebut dan sejauh mana pengaruhnya terhadap minat penggunaan.
- d. Pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan – Risiko keamanan, potensi kebocoran data pribadi, atau kendala teknis sering menjadi alasan utama seseorang enggan menggunakan layanan digital perbankan. Oleh karena itu, perlu diteliti bagaimana persepsi risiko memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Livin' by Mandiri.
- e. Pengaruh simultan persepsi kemudahan, manfaat, dan risiko terhadap minat penggunaan – Masih perlu diteliti apakah faktor-faktor tersebut berpengaruh secara bersamaan terhadap minat penggunaan *mobile banking* atau ada faktor lain yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan nasabah.

1.3 Ruang Lingkup/Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah, maka terdapat beberapa batasan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Objek Penelitian – Penelitian ini berfokus pada nasabah PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin yang menjadi pengguna potensial Livin' by Mandiri. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah nasabah yang sudah memiliki rekening di Bank Mandiri, baik yang telah menggunakan Livin' by Mandiri.
- b. Variabel Penelitian – Penelitian ini hanya membahas tiga variabel independen, yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko, serta satu variabel dependen, yaitu minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri. Faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat penggunaan, seperti faktor sosial atau kebijakan perbankan, tidak dibahas dalam penelitian ini.

- c. Metode Pengambilan Data – Penelitian ini menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner kepada nasabah PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode yang sesuai agar data yang diperoleh dapat merepresentasikan populasi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan secara parsial terhadap minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri pada PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin?
2. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat secara parsial terhadap minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri pada PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin?
3. Bagaimana pengaruh persepsi risiko secara parsial terhadap minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri pada PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko secara simultan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri pada PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri pada PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin. Faktor-faktor yang diteliti mencakup persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pihak perbankan dalam meningkatkan penggunaan layanan *mobile banking* di kalangan nasabah.

1.5.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri pada PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin.
- b. Menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri pada PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin.
- c. Menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri pada PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin.
- d. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko secara simultan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri pada PT Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi Bank Mandiri untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan minat menggunakan *mobile banking* Livin' by Mandiri pada Calon Nasabah pengguna.
 - b. Penelitian ini juga dapat memperkaya kajian akademik dalam bidang pemasaran, khususnya terkait Minat Menggunakan Mobile Banking dan strategi pemasaran berbasis digital dalam menarik Calon Debitur.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi Bank Atau Pemberi layanan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih

Mudah, Bermanfaat dan Beresiko rendah untuk menarik minat Menggunakan, khususnya melalui pendekatan digital marketing dan pemanfaatan elemen minat menggunakan Mobile Banking.

- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi Serta memberikan rekomendasi bagi Bank Mandiri untuk meningkatkan pengalaman Dalam Kemudahan, Bermanfaat dan tidak beresiko dalam menggunakan mobile banking Livin' by Mandiri.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam lima bab utama dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, serta sistematika penulisan. Pendahuluan memberikan gambaran awal mengenai pentingnya penelitian ini dan arah yang akan ditempuh dalam analisis yang dilakukan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang mendukung penelitian serta kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan. Selain itu, bab ini juga mencakup kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang menjadi dasar dalam analisis yang dilakukan.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis data serta interpretasi terhadap temuan penelitian. Hasil yang diperoleh dibandingkan dengan penelitian terdahulu

untuk menilai konsistensi dan kontribusi penelitian ini terhadap pengembangan ilmu pengetahuan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta implikasi yang dapat diterapkan dalam praktik nyata. Selain itu, diberikan saran bagi pihak terkait dan peneliti selanjutnya untuk pengembangan penelitian di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini mencantumkan semua sumber yang dikutip dalam penelitian, termasuk buku, artikel jurnal, makalah konferensi, dan publikasi akademik relevan lainnya.